

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *green marketing*, *corporate social responsibility* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen Air Minum Cleo di Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen Air Minum Cleo di Surabaya.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif dengan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan menggunakan sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian air minum cleo di Surabaya. Sedangkan *brand awareness* memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian air minum cleo di Surabaya. Dalam hal ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

Kata kunci : *Green Marketing*, *Corporate Social Responsibility*, *Brand Awareness* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence green marketing, corporate social responsibility, and brand awareness to the customer purchasing decision of Cleo mineral water in Surabaya. The population in this research is all customers of Cleo mineral water in Surabaya.

This research is a comparative causal research and the data is the primary and the secondary data. The data collection technique has been carried out by issuing questionnaires whereas the sample collection technique has been done by using nonprobability sampling and 100 respondents have been selected as samples. The data analysis technique has been carried out by using multiple linear regressions analysis

The result of the research shows that green marketing gives positive and significant influence to the purchasing decision, corporate social responsibility gives positive and significant influence to the purchasing decision and brand awareness gives significant and positive influence to the purchasing decision of cleo mineral water. Meanwhile, brand awareness gives dominant influence to the purchasing decision of Cleo mineral water in Surabaya. It shows that the truth of all hypothesis in this research have been proven.

Keywords: Green marketing, corporate social responsibility, brand awareness and purchasing decision